

Trina invita a ganar un viaje al año durante 20 años de la mano de Indira

La nueva campaña ‘Gana un viaje al año durante 20 años’ está centrada en motivar a los consumidores a viajar y hacerles vivir experiencias y con la que Trina transporta a sus compradores a los barcos, aviones y trenes que pueden llevarles a los destinos soñados cada año

La marca Trina, perteneciente a Schweppes Suntory, ha confiado su campaña promocional de verano a Indira Madrid. El objetivo de esta campaña ha sido, principalmente, dinamizar y revitalizar la marca en el punto de venta e impulsar las ventas durante el período de máxima estacionalidad (junio-julio). El público al que han querido dirigirse es universal, familias con niños, jóvenes y público adulto.

Teniendo en cuenta estos objetivos, el equipo creativo de la agencia localizó un insight: “¿Qué es lo que más nos gusta? Respuesta: Estar de vacaciones” y planteó una estrategia creativa basada en las cualidades intrínsecas del producto: refrescante, natural, divertido, cercano, optimista. Una estrategia que invita a los consumidores precisamente a hacer eso que más les gusta: irse de vacaciones con Trina.

Así nació ‘Gana un viaje al año durante 20 años’, una campaña muy veraniega y muy afín a la marca, centrada en motivar a los consumidores a viajar y hacerles vivir, una experiencia que se transmite ya desde el propio punto de venta. Con ella, Trina transporta a sus compradores a los barcos, aviones y trenes que pueden llevarles a los destinos soñados cada año. La campaña se ha lanzado en junio y se podrá participar en ella hasta el próximo 31 de octubre.

Indira Madrid ha desarrollado todo el ecosistema de elementos alrededor de ‘Gana un viaje al año durante 20 años’, desde la conceptualización misma de la promoción, hasta la ejecución de los distintos, y muy llamativos, elementos del punto de venta, elementos on pack, etiquetas, in story media, cabeceras, etc.

El equipo de Indira que ha trabajado en esta campaña de Trina está formado por Juanma Gómez, director general y creativo; André Augusto Viana, director creativo; José Sanz, director de Arte; Guillermo Ramos, copy creativo; Gemma Alonso, directora de Servicios al cliente; Verónica Fález, supervisora de Cuentas; e Irene Castaño como ejecutiva de Cuentas.

Por parte de cliente, la campaña ha sido capitaneada por Leticia Sanz como responsable de la marca y su equipo.

Sobre Indira

Indira Madrid (www.indiramadrid.com) es una agencia creativa independiente, nacida en 2013 con una nueva forma de entender el proceso creativo y que, desde su creación, ha desarrollado campañas para

clientes como Greenpeace, Banco Santander, Acciona, Grupo Casino Gran Madrid, Asisa Dental, Grupo Klépierre, Iberia Cards, Basic Fit, Reticare, Universidad Europea de Madrid (UEM), Euroforum, People Matters, o QDQ media, entre otras.

Datos de contacto:

Arantxa Naranjo

Responsable de Social Media y Comunicación

608509023

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Viaje Marketing Madrid E-Commerce Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>